

**A Guide to
International Business**

国际商务指南

中国国际公共关系协会编纂

国际文化出版公司

**A Guide to
International Business**

国际商务指南

中国国际公共关系协会编纂

国际文化出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务指南 / 中国国际公共关系协会编纂。—北京:

国际文化出版公司, 2001. 9

ISBN 7-80105-933-6/F·7

I. 国... II. 中... III. 国际贸易—指南

IV. F74-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 052761 号

广告许可: 京工商广临字 (2001) 第 32 号

国际商务指南

主 编: 陈向阳

编 纂: 中国国际公共关系协会

组 稿: 张贵来

责任编辑: 江 红

统 筹: 北京盛世力泓广告有限公司

装帧设计: 北京盛世力泓广告有限公司

出 版: 国际文化出版公司

发 行: 国际文化出版公司

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京地质印刷厂

开 本: 850 × 1168 开 印张: 40 字数: 1000 千字

版 次: 2001 年 11 月第 1 版

2001 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80105-933-6/F·7

定 价: 218.00 元

国际文化出版公司

地址: 北京朝阳区东土城路乙 9 号 邮编: 100013

电话: 64279032 64271187

传真: 84257656

E-mail: icpc@public.east.net.cn

《国际商务指南》编辑委员会

总 顾 问：李道豫－中国国际公共关系协会会长、原中国驻美国大使
龙永图－国家对外贸易经济合作部副部长、首席谈判代表

顾 问：（排名不分先后）

高秋福－新华社世界问题研究中心主任、原新华通讯社副社长
和 铭－中国国际公共关系协会常务副会长、原《经济日报》驻联合国
首席记者
潘承烈－中国企业联合会副理事长、著名管理学家
吴家煌－原国家海关总署关税司司长、关税谈判代表
王忠明－国家经济贸易委员会经济研究中心副主任
袁英华－国家开发银行信贷管理局副局长

法律顾问：巩 沙－中业律师事务所主任

总 策 划：郑砚农－中国国际公共关系协会常务副会长兼秘书长
李 越－中国国际公共关系协会副会长

主 编：陈向阳－中国国际公共关系协会经济文化发展部主任

编委会委员：（按姓氏拼音排序）

陈向阳	曹天亮	刁 炜	黄祖民	和 铭	李 昂	李乃庄
邱仁尔	孙海亮	杨大勇	张贵来	郑砚农		

编 务：王传军 欧阳杰

让世界了解中国 让中国走向世界

——谨以此书献给为中国加入 WTO 做出不懈努力的人们

序

中国国际公共关系协会在致力于我国国际公共关系的理论研究、实践探索以及普及公共关系知识的同时，近年来积极探索如何使公共关系更好地为社会主义市场经济建设服务。具体讲，就是如何通过我们的服务，使中国的企业家和经贸界人士拓宽视野，增强对外交往能力，进一步了解和开辟国际市场。《国际商务指南》（以下简称《指南》）一书便是我们进行这种探索的一次尝试。

《指南》分为三部分，第一部分向读者提供 50 个国家政府与非政府商务机构名称、地址、职能等工具性素材，第二部分向读者介绍国际商务领域应该了解的基本常识、惯例和法规等知识性和技巧性素材。第三部为附录，提供国际商务活动中的有关备查数据和信息。《指南》以新的视角进行选题分类，力求抓住当前人们普遍关心的热点问题，提供咨询。像中国企业该如何应对加入世贸组织、在汹涌的信息大潮中该如何面对电子商务和网络技术的挑战等等，这些都是《指南》所关注的问题。值得一提的是，为了有别于一般的商务工具书，增加《指南》的权威性，协会投入大量人力、物力对 50 个外国驻华使馆逐个进行了走访，征集到 46 个国家大使和商务参赞的亲笔致词和签名。这些大使和参赞在致词中高度概括了本国发展对外经济合作的优势，表达了与中国企业家及经贸界人士开展经济及贸易合作的愿望，并积极支持协会出版《指南》一书。在此，我代表中国国际公共关系协会向支持我们工作的各使馆外交官表示由衷的感谢。

希望《指南》成为您开展国际商务活动的一份重要参考资料。

中国国际公共关系协会会长

李道豫

二零零一年 一月

出 版 说 明

加入世界贸易组织（以下简称“WTO”）对中国而言，是机遇大于挑战。中国有改革开放20年来积累的物质基础、制度保证和宝贵经验，完全有信心和能力克服困难，迎接挑战，使中国的对外贸易和经济合作获得更大发展。

加入WTO对我国经济在21世纪的发展具有深远影响。加入WTO，有利于我们与世贸组织的135个国家和地区进行经贸合作，真正实现中国向世界所有国家和地区开放；有利于我国加快实行全国统一的对外开放政策，加快沿海、沿边和沿江地区的对外开放以及中西部和内陆城市、地区的对外开放，形成一个整体的开放格局；有利于我国科技、教育、文化等领域的对外开放，吸收一切文明成果为我所用，使我国的各项事业得到迅速发展；有利于我国摆脱服务业和服务贸易发展水平低下、竞争力较弱的局面，为在21世纪的竞争打下坚实的基础；有利于进一步开拓国际市场，利用其他国家的资源、资金、技术、人力等，在更广泛的范围内获取更大的经贸利益，实行国际化、全球化经营。同时，加入WTO将使外商对中国投资环境和发展前景更有信心；我国的出口渠道也将更为畅通，出口相应会有较大增长；企业也将会更加注重提高产品质量和服务水平，国际竞争力将会得到提高。

为抓住机遇、迎接挑战，中国企业应尽快了解国际商务领域方面的知识，了解各国经贸组织和机构，掌握与这些机构的沟通渠道和相关商务知识，以提高参与国际竞争的能力。《国际商务指南》在此背景下适时而生，它将致力于普及国际商务知识，帮助国内企业了解国际商务领域全面、详实、权威的信息，掌握国际商务运作手段及其规则，是我国国际商务领域中第一部指南工具书。《国际商务指南》内容广泛系统、资料详实、案例丰富、数据准确，它是中国企业进入国际市场的一个商务工具，也是国内机关团体、研究机构、大专院校、图书馆等单位了解、研究国际商务的一部具有权威性、指导性和实用性的参考用书和案头手册。

在本书的编写过程中，编委会参阅了大量资料，请教有关专家，以确保本书出版的权威性和适用性。我们得到了外交部办公厅的大力支持；50个国家的驻华使馆提供了较权威的资料信息，其中46个国家的驻华大使或商务参赞为本书致辞；一些政府主管部门领导及专家在百忙中对本书的编辑出版提出了许多宝贵的意见。在此，我们表示衷心的感谢。

《国际商务指南》编辑委员会

二零零一年一月

目 录

第一部分 国际商务名录

一. 50个国家商务机构名录

1. Australia	澳大利亚	3
2. Austria	奥地利共和国	8
3. Bolivia	玻利维亚共和国	10
4. Brazil	巴西联邦共和国	12
5. Canada	加拿大	15
6. Cote d'Ivoire	科特迪瓦共和国	19
7. Cyprus	塞浦路斯共和国	22
8. Denmark	丹麦王国	24
9. Ecuador	厄瓜多尔共和国	29
10. Ethiopia	埃塞俄比亚联邦民主共和国	33
11. France	法兰西共和国	36
12. Germany	德意志联邦共和国	41
13. Greece	希腊共和国	48
14. Hungary	匈牙利共和国	51
15. Iceland	冰岛共和国	54
16. India	印度共和国	57
17. Ireland	爱尔兰	59
18. Israel	以色列国	61
19. Italy	意大利共和国	64
20. Japan	日本国	67
21. Madagascar	马达加斯加共和国	70
22. Malaysia	马来西亚	72
23. Mexico	墨西哥合众国	75
24. Moldova	摩尔多瓦共和国	78
25. Morocco	摩洛哥王国	80
26. Namibia	纳米比亚共和国	84
27. New Zealand	新西兰	87
28. Norway	挪威王国	89
29. Pakistan	巴基斯坦伊斯兰共和国	91
30. Peru	秘鲁共和国	94
31. The Philippines	菲律宾共和国	96
32. Poland	波兰共和国	99
33. Portugal	葡萄牙共和国	102
34. R.O.K.	大韩民国	104

35. Romania	罗马尼亚	108
36. Russia	俄罗斯联邦	111
37. Singapore	新加坡共和国	113
38. South Africa	南非共和国	115
39. Spain	西班牙	118
40. Switzerland	瑞士	120
41. Thailand	泰国	123
42. Tunisia	突尼斯共和国	126
43. Turkey	土耳其共和国	129
44. United Arab Emirates	阿拉伯联合酋长国	132
45. United Kingdom	大不列颠及北爱尔兰联合王国	135
46. U. S. A.	美利坚合众国	142
47. Viet Nam	越南社会主义共和国	146
48. Yugoslavia	南斯拉夫联盟共和国	149
49. Haiti	海地	153
50. Panama	巴拿马共和国	155
二. 中国驻外使领馆名录		157

第二部分 国际商务知识

第一篇 国际商务常识

第一章 国际商务基本知识	195
★ 基本概念	
国际商务的动机: 资本的扩张和生产要素的优化组合	
【案例】小贝尔们正在走出国门	
国际商务的特殊性	
【案例】迪斯尼公司的惨败	
【案例】三一汽车公司在俄罗斯	
【案例】转移还是合作	
现代企业管理人员必备的知识	
【案例】美国市场的入侵者	
第二章 国际商务规范和礼仪	203
★ 基本概念	
会面礼仪	
交谈礼仪	
宴会礼仪	
宴会组织	
舞会	

✎ 签字礼仪	
✎ 剪彩或开业典礼礼仪	
✎ 交接仪式礼仪	
✎ 日常生活礼仪	
✎ 网络礼仪	
第三章 文化差异对商务活动的影响	217
★ 基本概念	
【案例】准时到达不妥当？	
✎ 文化差异与消费行为	
✎ 环境导向价值观	
✎ 自我导向价值观	
✎ 非语言的差异	
✎ 跨文化营销策略	
 第二篇 国际市场与营销	
第一章 国际市场调研	233
★ 基本概念	
【案例】营销调查给日本电器公司带来了甜头	
✎ 国际市场调研的范围	
【案例】福特调查汽车市场	
✎ 调研的一般过程	
【案例】克林顿的营销	
✎ 调查设计流程	
✎ 调查计划制定	
✎ 问卷设计步骤和、常见错误	
✎ 问卷设计要则	
✎ 问卷设计常见错误	
✎ 二手资料的来源和利用	
✎ 收集原始资料：定量研究与性研究	
【案例】埃及的“碧浪”	
✎ 调研方法与策略	
【案例】世纪城市医院进入新世纪的医疗服务	
✎ 最新市场调研技术	
◇ 全自动电话访谈（CATS）	
◇ 电脑辅助电话访谈（CATI）	
【案例】Levi使用CATI技术进行儿童访谈	
◇ 电脑柜调研	
※ 网上调研：优点和缺点	
【案例】Nickelodeon进行在线数据收集	
✎ 估计市场需求	
【案例】预测全球保健市场	

与决策者沟通	
撰写调研报告	
选择调查公司	
第二章 国际市场营销	250
★ 基本概念	
【案例】 福特的昨天与今天	
从国际营销到全球营销	
【案例】 可口可乐的全球化	
国际营销人员应具备的素质	
全球导向的优越性	
【案例】 3M 走出了困境	
全球市场计划	
全球市场计划过程	
【案例】 Radio Shack 的代价	
【案例】 雀巢产品经理手中的“国家信息手册”	
市场进入战略	
【案例】 JC Penney 在全球市场上的三种方案	
【案例】 Crystl International 的出口业务	
【案例】 Lil' Orbits 的炸面包圈	
【案例】 两个公司两种战略	
【案例】 C-Itch、Tyson Foods 和 Provemex	
全球竞争组织	
全球营销战略	
【案例】 雀巢之路——“思想上全球化，行动上本地化”	
第三章 国际合同	273
★ 基本概念	
签定国际合同的一般准则	
国际合同成立的必要条件	
国际合同的三个基本内容	
合同起草前需要搞清楚的几个问题	
国际法律体系中的合同法则	
电子合同	
【案例】 克林顿总统签署“电子签名”法案	
第四章 国际谈判	284
★ 基本概念	
谈判的一般准则	
谈判的准备	
谈判的控制	
谈判的一般步骤	

- 二 组建团队
- ★ 谈判的一般策略

第五章 国际贸易 303

- ★ 基本概念
- 一 国际贸易的重要概念
- 二 国际贸易术语
- 三 出口业务流程
- 四 进口业务的一般程序
- 五 国际仲裁
- 六 关于条形码

第三篇 国际投资与海外融资

第一章 国际投资 317

- ★ 基本概念
 - 【案例】 中国空调挺进国际市场
- 一 国际投资的目标
- 二 国际投资的主要方式
- 三 跨国公司的基本特征
 - 【案例】 海尔的国际化经营
- 四 跨国公司的管理体制
- 五 跨国公司的管理类型
- 六 跨国公司的组织管理机构
- 七 跨国公司的组织管理形式
- 八 跨国投资环境的微观分析要素
 - 【案例】 联想国际化的成功因素
- 九 跨国投资环境的整体评价
- 十 企业进入国外市场的主要方式
- 十一 关于跨国投资的几点建议

第二章 海外融资 332

- ★ 基本概念
- 一 国家主权融资
 - 【案例】 北京市怀柔县污水处理厂政府贷款项目
 - 【案例】 北京市经济信息系统工程利用日本海外经济协力基金贷款项目
 - 【案例】 北京饮用水源保护及泥石流防治工程利用亚洲开发银行贷款项目
- 二 企业信用融资
 - 【案例】 北京燕山石化公司丁基橡胶项目使用日本国际商业银行贷款
- 三 贸易融资
 - 【案例】 重庆江陵机器厂使用西班牙出口信贷
- 四 项目融资
 - 【案例】 广西来宾电厂B厂

第三章 高科技企业与资本市场运作	352
------------------------	-----

★ 基本概念

重点技术

国家优先发展的高技术产业重点

高科技企业与股票上市

主板市场

二板市场

【案例】 雅虎走出“死亡峡谷”——NASDAQ 的推动

【案例】 北京北辰实业股份有限公司在港上市

资产重组与借壳买壳上市

【案例】 “宝延风波”

【案例】 四通收购华立高科

风险投资

【案例】 苹果（Apple）的故事

【案例】 踢破门槛而来的投资者

【案例】 雅虎（Yahoo）的成长

【案例】 波特公司的引资之道

【案例】 Amira Medical —— “最精确的思考者”

【案例】 冠日创业融资有道

第四篇 国际惯例与管理

第一章 国际惯例	405
----------------	-----

★ 基本概念

国际经济惯例的主要内容

第二章 国际商务中的法律问题	412
----------------------	-----

世界主要法律体系

【案例】 “为什么必胜客要跟美国工人这样过不去？”

常见法律问题

【案例】 禁止提供材料？

第三章 国际财务管理	420
------------------	-----

★ 基本概念

确定母、子公司间的关系

全球现金流量管理

外汇风险管理

建立和发展预测及报告体系

资本支出分析与资金预算

政府补贴与管制

政治风险保险

第四章 国际项目管理	429
★ 基本概念	
项目管理的适用性	
项目管理人员应具备的基本能力	
项目成功的 12 个关键原则	
制订项目计划	
项目阶段	
项目控制的一般方法	
【案例】小浪底进度计划管理的实践	
第五章 国际人力资源战略管理	439
★ 基本概念	
【案例】可口可乐的国际人力资源计划	
跨国组织中雇员的类型	
跨国公司需要考虑与当地雇员相关的主要问题	
跨国人力资源管理导向	
海外派遣质疑	
外派经理的有效管理	
【案例】AT&T 这样解决外派人员归国问题	
跨国公司中的女性	
【案例】非性别名片	
第六章 企业国际战略管理	449
★ 基本概念	
【案例】马自达加入大联盟	
外部环境评价	
内部评价	
影响战略选择的因素分析	
战略目标的内容	
战略目标制定过程	
【案例】哈利-戴维森公司东山再起	
战略制定的 13 个要点	
战略评价	
战略制定方式	
战略控制	
企业战略管理新趋势	
战略决策时应该注意的问题	
战略选择的误区分析	
第七章 国际知识产权保护	461
★ 基本概念	
知识产权的基本特点	
知识产权的法律特性	

- ✎ 侵犯知识产权行为的基本特征
- 【案例】“中国知识产权第一案”——PU 在美国胜诉始末
- ✎ 世界知识产权保护的基本原则
- 【案例】福克斯诉北京音像大世界侵犯著作权纠纷案
- ✎ 网络域名的知识产权问题
- 【案例】世界知识产权组织将裁决 Guinness 域名案
- 【案例】道琼斯公司赢得属于自己的互联网域名

第五篇 中国企业针对 WTO 的行业战略与对策

第一章 中国加入 WTO 的 机遇与挑战	469
★ 基本概念	
✎ WTO 的基本法律原则	
✎ 中国加入 WTO 的积极意义	
✎ 中国加入 WTO 面临的总体挑战	
✎ 中国加入 WTO 迎来的总体机遇	
第二章 中国加入 WTO 后的行业战略与对策	472
✎ 纺织服装	
✎ 电信服务及电信设备制造业	
✎ 汽车制造业	
✎ 金融业	
✎ 钢铁行业	
✎ 新闻出版业	
✎ 农业	
✎ 旅游业	

第六篇 因特网时代与新经济

第一章 新经济浪潮	487
★ 基本概念	
【案例】鲁宾：新经济将继续繁荣	
✎ 新经济的基本特征	
✎ 新经济的基本内容	
✎ 新经济发展的 10 项指标	
【案例】克林顿与白宫专家会议讨论“新经济”	
✎ 新经济的 10 大“黄金法则”	
✎ 网络经济的 14 定律	
✎ 知识经济对企业发展的影响	
✎ 新经济时代的竞争规则	
【案例】网景公司——火箭直冲云霄	

【案例】 IBM 和 Microsoft

第二章 电子商务	510
★ 基本概念	
【案例】 Amazon 的现在与未来	
★ 电子商务与传统商务的比较	
【案例】 Mary Kay 使用电子商务在全球范围内开拓服务	
★ 基本类型	
【案例】 电子商务为零售商店 800.COM 提供捷径	
★ 基本功能	
★ 基本模式	
★ 基本标准	
★ 基本目标	
【案例】 Datrontech 公司改善服务使用户更满意	
★ 基本流程	
★ 解决方案	
【案例】 巴西的电讯巨人 Telerj 正通过 Internet 提供一系列的客户服务	
★ 成功网站的秘密	
★ 电子商务安全	
【案例】 安全的 First Atlantic 离岸银行结算系统	
★ 在选择一个电子商务解决方案前需考虑的 10 个问题	
★ 电子商务中形成持久客户关系的 10 种方法	
★ 一个值得注意的问题: 关键词与搜索引擎	

附录

中国公民因私事出境手续	539
各国护照及签证条件一览表	545
国际商务常用网址	569
全球企业 500 强名录及网址(1999 年)	585
二板市场相关网址	601
国家 / 地区标准代码	603
世界主要航空公司及其代号	609
国家 / 地区国际直拨电话代码	611
世界各国 (地区) 货币名称及其进位制	617
主要参考书目	619

第一部分

国际商务名录